

# LINKEDIN VOOR BEDRIJVEN

Omdat geen bedrijf meer zonder kan



TM

**Corinne Keijzer**

**DIGITALMOVES**

we are social

# LinkedIn voor bedrijven

Omdat geen bedrijf meer zonder kan

Corinne Keijzer

**DIGITALMOVES**  
we are social

# Voorwoord

---

Vaak krijg ik de vraag: 'Heb ik een bedrijfspagina op LinkedIn nodig?' Mijn antwoord daarop is bijna altijd 'ja'. Want of je nu zzp'er, mkb'er of multinational bent, een bedrijfspagina op LinkedIn is om verschillende redenen een must. Gelukkig zien steeds meer bedrijven en organisaties dat in. Op het moment van schrijven van dit boek hebben wereldwijd ruim 30 miljoen bedrijven een bedrijfsaccount en in Nederland naar schatting anderhalf miljoen.

De voordelen van een bedrijfspagina zijn groot. Zo kun je ermee adverteren, je eigen organisatie profileren, een band opbouwen met je toekomstige werknemers en waardevolle statistieken bekijken. Door je werknemers erin te betrekken, vergroot je de zichtbaarheid en krijg je meer bekendheid omtrent naam, producten en/of diensten.

De LinkedIn-bedrijfspagina biedt veel kansen voor business-to-businesscontacten, maar is ook goed te koppelen aan de persoonlijke profielen van je werknemers of van jou als zzp'er. En die werknemers en zzp'ers zijn weer meer op social selling gericht, zodat je managers en directieleden op een laagdrempelige manier kunt benaderen.

Deze handleiding is bedoeld voor iedereen die zijn bedrijf serieus neemt, zijn of haar organisatie goed wil profileren, toekomstige werknemers en professionals wil aantrekken en snapt dat netwerken niet alleen iets voor werknemers is, maar ook voor het bedrijf zelf.

Ik wens je heel veel succes met en op LinkedIn!  
Corinne Keijzer – Digital Moves



# 1 Het belang van een LinkedIn-bedrijfspagina

---

LinkedIn is voor iedere professional een geschikt platform en ook voor vrijwel ieder bedrijf, of je nu zzp'er, mkb'er of een grote multinational bent. Waarom? Omdat je bij elk bedrijf te maken hebt met professionals. Denk daarbij niet alleen aan je klanten, die voor de een misschien meer onder de noemer 'consumenten' vallen en voor de ander onder 'bedrijven', maar ook aan je leveranciers, je werknemers, je toekomstige werknemers, en mensen of andere bedrijven waar je mee samenwerkt.

Een bedrijfspagina op LinkedIn biedt andere mogelijkheden dan een persoonlijk profiel. Het is een prachtig platform om je als organisatie te profileren, te laten zien wat de ontwikkelingen in het bedrijf zijn en nieuws over je werknemers te delen.

Van alle socialmediakanalen wordt LinkedIn door professionals het meest gebruikt om content te delen. Denk aan updates, maar bijvoorbeeld ook aan blogs of artikelen van je bedrijfswebsite. En de werknemers kunnen het bedrijfsprofiel ondersteunen door het delen van de geplaatste content en vacatures. Zij zijn het visitekaartje van het bedrijf en daarom minstens zo belangrijk. Het bereik is enorm als je LinkedIn met z'n allen goed inzet.

Denk niet dat LinkedIn niet voor jouw bedrijf geschikt is omdat je een business-to-consumerbedrijf of zzp'er bent. Daar doe je LinkedIn én jezelf echt tekort mee. Bedenk dat elk bedrijf managers heeft die de beslissingen nemen en dat online business-to-business eigenlijk niet bestaat.

# 2 De vindbaarheid van je bedrijfspagina

---

Net als bij het persoonlijke profiel is het ook bij de bedrijfspagina van belang dat deze geschreven wordt in woorden waarop je wilt worden gevonden. LinkedIn-profielen worden geïndexeerd door Google, wat betekent dat ze vindbaar zijn op woorden die mensen daar intypen.

Digital Moves - specialist LinkedIn en social selling | LinkedIn

<https://nl.linkedin.com/company/digital-moves>

Meer informatie over hoe het is om bij Digital Moves - specialist LinkedIn en social selling te werken.

Word vandaag gratis lid van LinkedIn. Bekijk wie u kent bij ...

## 2.1 Toepassen van SEO voor LinkedIn

Om je profiel zo goed mogelijk vindbaar te maken moet je rekening houden met zoekmachine-optimalisatie, oftewel SEO (*search engine optimization*). Wat doet SEO?

SEO houdt rekening met de woorden waarop mensen je zoeken. Stel, je wilt gevonden worden op 'bouwbedrijf'. Dan zorg je ervoor dat dit woord in je profiel staat. Veel branches en functies hebben echter meerdere benamingen. Om daar achter te komen kun je bijvoorbeeld de gratis tool Google AdWords Zoekwoordplanner gebruiken (hiervoor moet je wel een (gratis) Google-account hebben, anders kun je er geen gebruik van maken), maar ook Google Trends is een fijne tool om te ontdekken op welke woorden in Nederland het meest gezocht wordt.

### 2.1.1 Ubersuggest

SEO houdt rekening met de woorden waarop mensen je zoeken. Wie gevonden wil worden op 'projectmanager', dient ervoor te zorgen dat dit

# 3 Voordat je begint met de LinkedIn-bedrijfspagina

---

Voordat je begint met het aanmaken of updaten van je LinkedIn-bedrijfspagina, moet je met een aantal zaken rekening moet houden.

## 3.1 Zorg dat je een persoonlijk profiel hebt

Je kunt geen LinkedIn-bedrijfspagina openen zonder persoonlijk profiel. Heb je dat nog niet, lees dan in mijn boek *'Meer succes met LinkedIn!'* hoe je er een aanmaakt. Je persoonlijke profiel is gekoppeld aan de bedrijfspagina, maar andere leden van LinkedIn kunnen dat op het profiel niet zien.

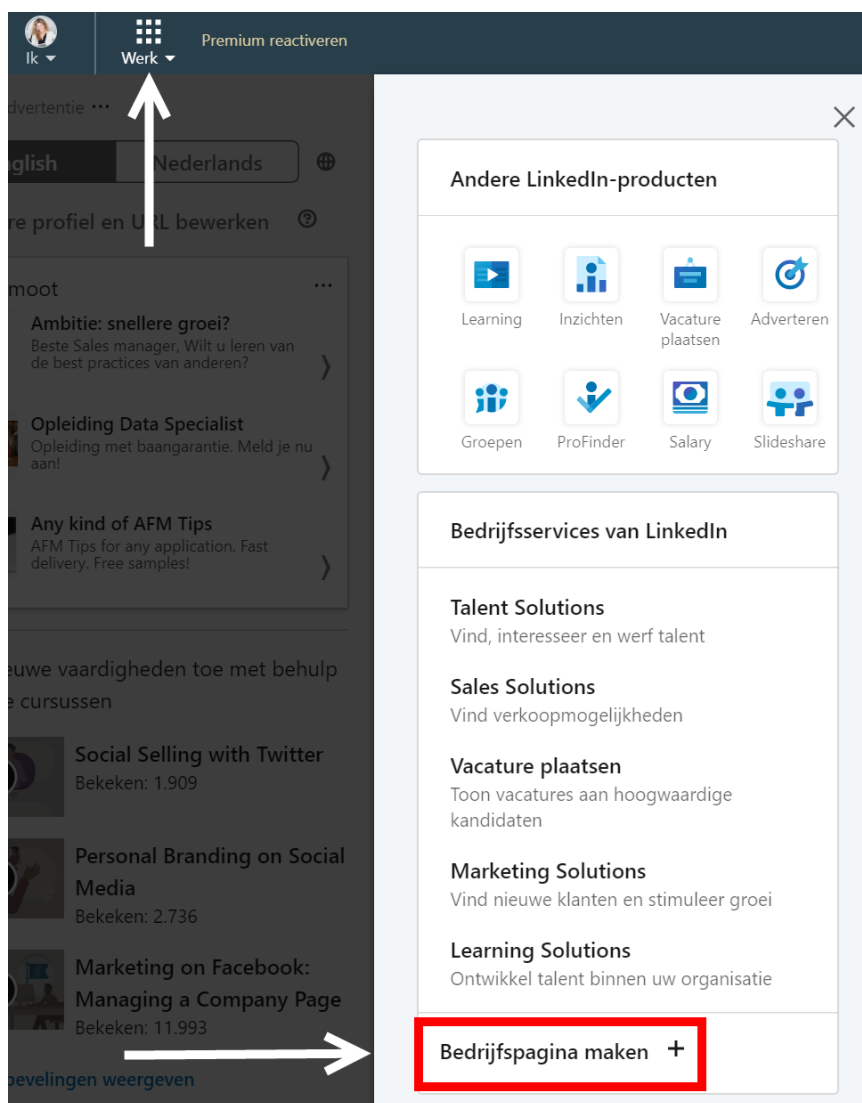
Maak geen nep-account aan, als LinkedIn dat doorheeft raak je je account kwijt en daarmee ook het beheer over de bedrijfspagina.

## 3.2 Taalinstelling

Deze handleiding is geschreven voor profielen met de taalinstelling op Nederlands. Staat je taalinstelling op Engels of een andere taal, dan kun je (tijdelijk) de lay-out instellen op de Nederlandse taal, zodat je hetzelfde ziet als in de voorbeelden in dit boek. Klik op 'Ik' (het profielfotootje) rechtsboven in je profiel en kies voor 'Language' als het op Engels ingesteld staat. Soms zie je dat bepaalde functies ineens niet meer zichtbaar zijn in LinkedIn. Dit heeft met het uitrollen van nieuwe functies te maken die vaak in het Engels eerder zichtbaar zijn dan in het Nederlands.

# 4 Een LinkedIn-bedrijfspagina aanmaken en inrichten

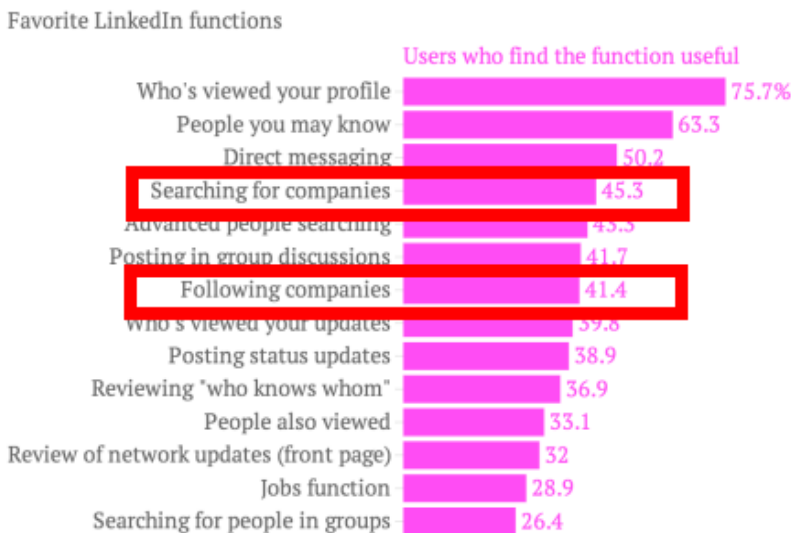
Om een bedrijfspagina aan te maken klik je boven in de menubalk van LinkedIn op 'Werk' en vervolgens in het uitklapmenu op 'Bedrijfspagina maken'.



# 5 Met goede content prospects en volgers aantrekken

Het is nu de kunst om volgers te gaan trekken. Volgers zijn heel belangrijk voor bedrijfspagina's; zij zijn namelijk tien keer vaker bereid om status-updates van bedrijven te delen dan niet-volgers. Ook zijn leden die bedrijven volgen 61 procent vaker bereid om merkambassadeur te zijn, dus ze zullen jouw producten en diensten maar al te graag aanprijzen.

Uit onderzoek blijkt ook dat mensen op LinkedIn graag bedrijven opzoeken en ze ook willen volgen. Gemiddeld volgt een LinkedIn-lid zes bedrijven. Uit een onderzoek naar de favoriete bezigheden op LinkedIn blijkt dat ruim 45 procent geregeld zoekt naar bedrijven en dat ruim 41 procent bedrijven volgt.



Quartz | qz.com

Data: Wayne Breitbarth via Forbes

Ook blijkt dat LinkedIn zeer waardevol is als het gaat om het delen van content. Op LinkedIn deelt maar liefst 91 procent van de business-to-



# 6 Employee advocacy – zet je medewerkers in

---

Als één groep mensen enorm belangrijk is voor het verspreiden van content en het enthousiasmeren van prospects, zijn het wel je werknemers. 'Employee advocacy' wil zeggen dat je je medewerkers inzet om vooral je naamsbekendheid te vergroten, meer prospects te bereiken en uiteindelijk meer conversie en omzet op te leveren door hun online aanwezigheid en professionaliteit. Het zijn naast je tevreden klanten je belangrijkste ambassadeurs, en met z'n allen sta je sterk, zeker als je dit proces goed begeleidt en faciliteert. En uiteraard vooral als je sterke netwerken hebt op LinkedIn. Mensen doen zaken met mensen. Een update geplaatst door een medewerker heeft een 560 procent hoger bereik en wordt 24 keer meer gedeeld dan een update geplaatst door een beheerder op een bedrijfspagina (bron: Edwin Vlems - NIMA). Persoonlijke profielen zijn daarom ontzettend belangrijk. In 'Meer succes met LinkedIn!' leer je alles over het inzetten van dit profiel.

Ook werkgevers en managers zien dit en proberen, vaak net iets te krampachtig, het proces in werking te krijgen. Voor workshops en sprekerssessies doe ik altijd veel onderzoek hoe bedrijven en hun medewerkers zich online bewegen en zie ik het helaas vaak 'fout' gaan. Maar heel vaak levert het juist ook veel op, het is een kwestie van op de juiste manier inzetten. In dit hoofdstuk geef ik je handvatten en tips om dit proces in goede banen te leiden.

## 6.1 Online inzetten van je medewerkers

Samen sta je sterk. Dat is absoluut waar. Zeker als medewerkers online met zijn allen als merkambassadeurs fungeren om een organisatie of merk meer bekendheid te laten genereren. Zij zijn het vergrootglas van de organisatie en brengen letterlijk producten en diensten onder de

# 7 Adverteren in Campagnebeheer

---

Advertenties kunnen op LinkedIn zeer effectief zijn, mits je ze goed inzet. Er zijn op dit moment drie manieren van adverteren, elk met een eigen doel en meerdere varianten:

- Tekstadvertenties
- Gesponsorde updates
- Gesponsorde InMails

In dit hoofdstuk vertel ik je alles over 'Objective Based Marketing', laat ik zien hoe je deze advertentievormen opzet, welke doelgroepen je kunt kiezen en hoe het betalingssysteem van LinkedIn werkt.

---



*Adverteren is alleen mogelijk vanuit een bedrijfspagina, maar je moet advertenties met je persoonlijke profiel aanmaken. Hiervoor is ook een creditcard vereist en iedereen die wil adverteren heeft speciale toegang nodig naast de beheerdersrol in de bedrijfspagina.*

*Uitleg vind je in [paragraaf 8.6](#).*

---

## 7.1 Advertenties op LinkedIn

Er zijn op LinkedIn 4 plekken waar advertenties verschijnen:

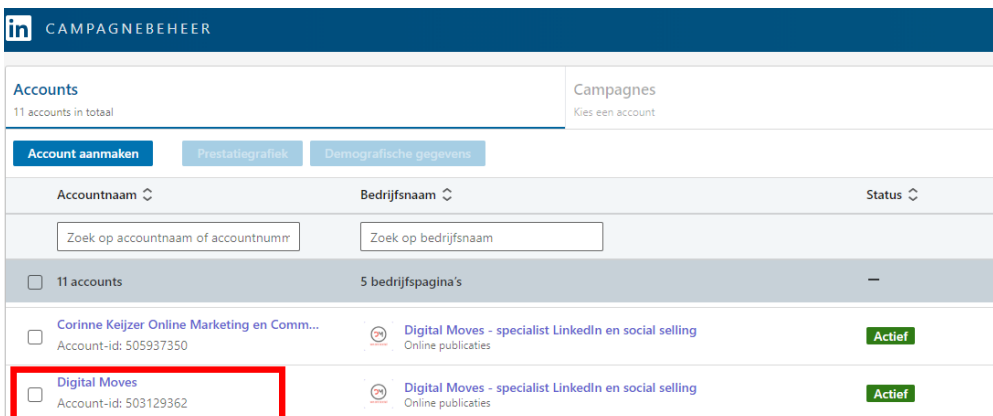
1. Op de homepage, onder de menubalk, staan tekstadvertenties. Deze zijn alleen zichtbaar op laptop/desktop.

# 8 Instellingen, prestaties en beheer campagnes

'Campagnebeheer' is het beheersysteem van je campagnes en advertenties. Je kunt er niet alleen campagnes in maken, maar je vindt er ook alle gegevens van je lopende en verlopen campagnes terug. Zaken als factureringsgegevens, looptijden en uitgaves, maar ook resultaten van je campagnes en bijvoorbeeld je opgeslagen concepten. In dit hoofdstuk loop ik alle mogelijkheden met je door en geef ik je aan wat je precies kunt meten voor welke vorm van advertentie.

Hoe ga je naar 'Campagnebeheer' vanuit je LinkedIn-profiel?

Zit je nog niet in 'Campagnebeheer' of het advertentiesysteem, dan kom je er op de volgende manier. Klik in de menubalk, boven in LinkedIn, op 'Adverteren' zoals omschreven in [paragraaf 7.2](#) en kies voor 'Advertentie maken'. Kies vervolgens de accountnaam waarvan je de campagnes wilt beheren en inzien.

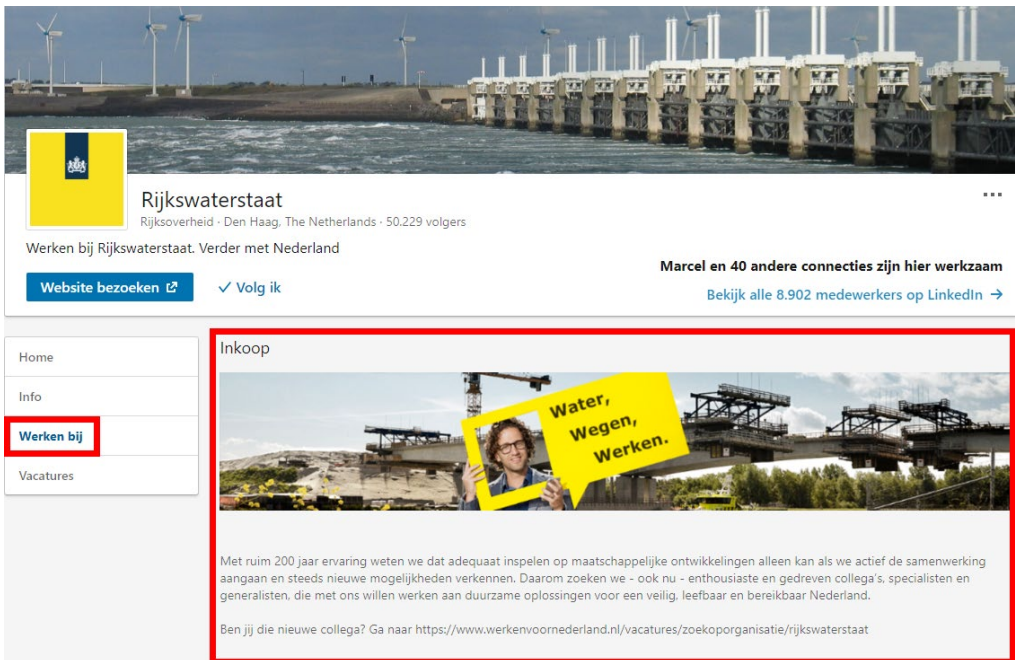


The screenshot shows the LinkedIn Campaign Manager interface. At the top, there is a dark blue header with the LinkedIn logo and the text 'CAMPAGNEBEHEER'. Below this, there are two main sections: 'Accounts' (11 accounts in totaal) and 'Campagnes' (Kies een account). Under 'Accounts', there are three tabs: 'Account aanmaken', 'Prestatiegrafiek', and 'Demografische gegevens'. Below the tabs, there are two search boxes: 'Zoek op accountnaam of accountnumm' and 'Zoek op bedrijfsnaam'. Below the search boxes, there are two rows of account information. The first row shows '11 accounts' and '5 bedrijfspagina's'. The second row shows a list of accounts. The first account is 'Corinne Keijzer Online Marketing en Comm...' with account ID 505937350. The second account is 'Digital Moves - specialist LinkedIn en social selling' with account ID 503129362, which is highlighted with a red box. The status of the second account is 'Actief'.

Hoe ga je naar 'Campagnebeheer' vanuit het advertentiesysteem?

# 9 De 'Werken bij' pagina

De LinkedIn-bedrijfspagina heeft nog een andere betaalde optie dan adverteren: de 'Werken bij' pagina. Zo'n aparte pagina is handig voor bedrijven die meerdere vacatures hebben en zichzelf op LinkedIn niet alleen als bedrijf, maar ook als werkgever willen profileren. Het is een aparte pagina die gekoppeld is aan je bedrijfspagina en daarop prominent een plek krijgt, zoals je hieronder bij de ABN AMRO ziet.



**Rijkswaterstaat**  
Rijksoverheid · Den Haag, The Netherlands · 50.229 volgers

Werken bij Rijkswaterstaat. Verder met Nederland

Website bezoeken [↗](#)  Volg ik

Marcel en 40 andere connecties zijn hier werkzaam  
[Bekijk alle 8.902 medewerkers op LinkedIn](#) →

Home  
Info  
**Werken bij**  
Vacatures

Inkoop

Water, Wegen, Werken.

Met ruim 200 jaar ervaring weten we dat adequaat inspelen op maatschappelijke ontwikkelingen alleen kan als we actief de samenwerking aangaan en steeds nieuwe mogelijkheden verkennen. Daarom zoeken we - ook nu - enthousiaste en gedreven collega's, specialisten en generalisten, die met ons willen werken aan duurzame oplossingen voor een veilig, leefbaar en bereikbaar Nederland.

Ben jij die nieuwe collega? Ga naar <https://www.werkenvoornederland.nl/vacatures/zoekoporganisatie/rikswaterstaat>

Je kunt als bedrijf vertellen waar je mee bezig bent, wat de ontwikkelingen zijn en welke vacatures er openstaan. Maar hoe leuk is het als je jezelf ook als werkgever kunt profileren met filmpjes en echte werknemers die je aan het woord laat?

Met een 'Werken bij' pagina kun je binding aangaan met je (potentiële) werknemers. Maak hen alvast warm voor jouw organisatie, zodat ze

# 10 Vacatures plaatsen

Je kunt aan je LinkedIn-bedrijfspagina vacatures koppelen, ongeacht of je een LinkedIn 'Werken bij' pagina hebt of niet. Voor de 'Werken bij' pagina heb je zogenaamde Job Slots (de benaming voor een pakket met vacatures) nodig; deze koop je bij deze pagina in. Losse vacatures plaatsen op je bedrijfspagina kan ook, deze kun je per stuk inkopen – zie [paragraaf 10.1.1](#).

## 10.1 Waar plaats je een vacature?

Je kunt vrij eenvoudig zelf een vacature plaatsen vanuit je LinkedIn-bedrijfspagina, vanuit de Job Slot vanaf je 'Werken bij' pagina of als losse actie. De vacature wordt sowieso vanzelf gekoppeld aan de opgegeven LinkedIn-bedrijfspagina.

### 10.1.1 Vacature plaatsen zonder 'Werken bij' pagina

Klik rechtsboven in de menubalk op 'Werk' en kies vervolgens op 'Vacature plaatsen'.



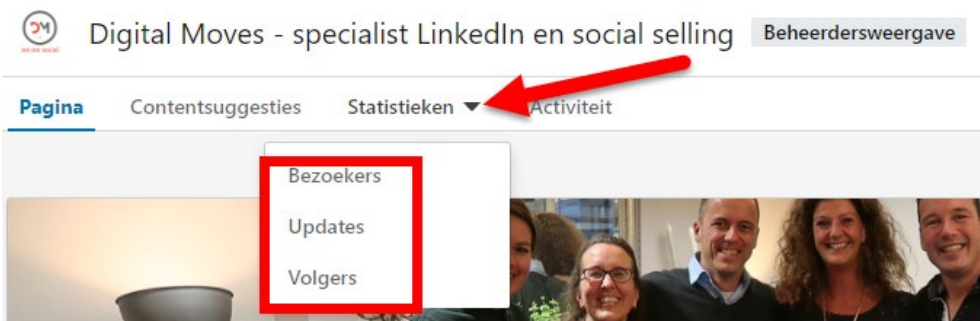
# 11 Statistieken

Bij je bedrijfspagina krijg je gratis inzicht in je statistieken. Hier kun je een schat aan informatie uit halen waaraan je kunt aflezen of je op de goede weg bent met je updates, of je de juiste doelgroep bereikt en of je genoeg verkeer naar je pagina trekt. Er zijn diverse statistieken die je op verschillende manieren kunt instellen.

Als je op je bedrijfspagina komt zie je direct aan de linkerkant een paar belangrijke statistieken staan. Deze geven je een snelle blik op de voortgang van je volgers, bezoekers en content, maar ook hoeveel mensen hebben doorgeklikt op de 'call to action' knop op je pagina (zie [paragraaf 4.3.3](#)).

Je vindt de uitgebreidere 'Statistieken' bovenaan je bedrijfspagina als apart tabblad. Klik op het menu-pijltje om de verschillende opties te zien. Je hebt drie verschillende statistieken:

- **Bezoekers:** personen die je bedrijfspagina bekijken maar niet volgen.
- **Updates:** statistieken van alle content die je geplaatst hebt.
- **Volgers:** de statistieken van alle personen die je pagina volgen.



# 12 Meldingen

Klik op het tabblad 'Meldingen' van je bedrijfspagina. Hier zie je de aantallen 'Interessant', 'Gedeelde items', 'Commentaren' en 'Vermeldingen' op een rijtje staan, net als de aantallen van deze week en van deze maand.

Je kunt de datum niet zelf instellen, maar je kunt wel per onderdeel bekijken welke meldingen er zijn. Je klikt links op de actie van jouw voorkeur en krijgt per onderdeel een lijstje met de desbetreffende interactie te zien. Ze hebben allemaal te maken met je eigen updates, behalve de optie 'Vermeldingen'. Dit betreft spontane vermeldingen van LinkedIn-leden die jouw bedrijfsnaam om wat voor reden dan ook in een eigen update noemen.

Het is uiteraard erg interessant om deze meldingen te monitoren en er eventueel op te anticiperen. Geef in elk geval altijd antwoord op vragen en behandel klachten zo snel mogelijk. Vermijd heftige discussies en neem zelf initiatief als er contact moet worden opgenomen.

The screenshot displays the LinkedIn interface for a company page named 'Digital Moves'. At the top, there is a search bar and navigation icons for Home, Mijn netwerk, Vacatures, and Berichten. Below this is a horizontal menu with 'Updates', 'Overzicht', 'Statistieken', and 'Meldingen'. The 'Meldingen' tab is selected and highlighted in blue, with a red arrow pointing to it. On the left side, there is a sidebar titled 'Sociale meldingen' with a list of filter options: 'Alles weergeven', 'Interessant', 'Gedeeld', 'Commentaren', and 'Vermeldingen'. The 'Alles weergeve...' option is highlighted with a red box. The main content area is titled 'Alle meldingen voor Digital Moves' and contains two notification cards. The first card is from Corinne Keijzer, stating 'Corinne Keijzer gaf commentaar op de update van uw bedrijf' and includes a video player with the text 'Thnx Annet!' and 'We lijken wel gek maar doen het toch: de online LinkedIn basistraining social selling'. The second card is from Annet Mazee, stating 'Annet Mazee vond de update van uw bedrijf interessant' and includes a video player with the text 'Onze Digital Moves Academy staat live!! De eerste online social selling trainingen LinkedIn staan er op en jawel, de eerste training' and 'HOME'. The bottom of the page features the 'DIGITALMOVES we are social' logo.

# 14 Bouwen aan zichtbaarheid met behulp van LinkedIn

Vindbaarheid is heel belangrijk voor je LinkedIn-profiel, maar dat geldt ook voor zichtbaarheid. Je creëert dit door bijvoorbeeld updates of advertenties te plaatsen op LinkedIn, maar er zijn meer mogelijkheden om je bedrijfspagina onder de aandacht te brengen.

## 14.1. Sharebuttons op je website en/of blogsite

Als je een website en/of blogsite hebt, dan is het van groot belang dat de onderdelen, pagina's of blogs gedeeld kunnen worden. Dit kun je doen door zogenaamde 'sharebuttons' op je site te plaatsen. In mijn voorbeeld hieronder heb ik ze niet alleen onder de blogs geplaatst, maar ook aan de linker zijkant. Je kunt de locaties zelf kiezen. Vraag je webbouwer je hierbij te helpen als je dit niet zelf kunt.

The screenshot shows a website for Corinne Keijzer. At the top left is the logo 'CORINNE KEIJZER consultancy, advies en training'. A quote reads: "De kracht van social media is iedere dag weer een grote verrassing!". A search bar is on the top right. The navigation menu includes: HOME, BOEKEN, BLOGS, WORKSHOPS, DIENSTEN, PARTNERS, OVER MIJ, CONTACT, and BLIJF OP DE HOOGTE. Below the menu, a red box highlights a vertical sidebar of social sharing buttons: Facebook (153), Twitter (1.7K), LinkedIn (1.7K), WhatsApp, and Email. The main content area features a blog post titled "LinkedIn - wat verandert er binnenkort voor jou" with a photo of a conference. Below the post, a red box highlights a share button widget showing "2.4K X GEDEELD" and icons for LinkedIn, Facebook, Twitter, WhatsApp, Email, and Messenger. At the bottom of the widget, it says "Door Corinne Keijzer | september 24th, 2016 | BLOGS, LinkedIn | 28 Reacties". To the right of the blog post is a sidebar with a "Corinne Keijzer special" section and a "WORKSHOP - ZO HAAL JE MEER SUCCES UIT LINKEDIN" section with a "MEER INFO" button.